

Entrevista a Elena Gómez – TopTen Strategic Marketing Spain

Elena Gómez es licenciada en la Facultad de derecho de la Universidad autónoma de Madrid. Es Master en Derecho comunitario.

A su larga trayectoria profesional se le une las especialidades de la gestión de negocios relacionados con la Web 2.0:

- Las comunidades virtuales y redes sociales
- Marketing online
- Marketing directo

Actualmente es la Presidenta de la Federación Española de la Economía Digital (FECEMD) y propietaria de dos empresas de comercio electrónico en España:

www.teleciguena.com y www.encesta.com.

Título: La economía digital y el impacto de Internet y las nuevas tecnologías sobre la economía, las empresa y la gerencia.

1. El concepto de mercado, así como lo hemos conocido, en la última década ha cambiado de forma radical. Ahora el mercado es el ciberespacio y las necesidades tradicionales del consumidor aunque siguen existiendo, lo hacen en este nuevo entorno; los ofertantes y los demandantes se llaman ahora cibernautas y las transacciones entre las partes son digitales... ¿Nos puede indicar de qué forma esta transformación ha cambiado la conceptualización de la economía, sus actores y su escenario?

Las cosas no cambian de hoy para mañana, suele pasar una década y a veces más para darnos cuenta de grandes cambios. Por ejemplo:

. la radio tardó 38 años hasta llegar a 50 millones de oyentes

. la televisión tardó 14 años para llegar a 50 millones de televidentes

. Internet tardó 4 años para llegar a 50 millones de internautas

. Facebook ha tardado 9 meses para llegar a 100 millones de usuarios!!!

Es decir hay una revolución silenciosa en la forma en que los consumidores se comunican y se informan. Ya no se fían de las marcas ni de la publicidad general, se fían de lo que les dicen otros consumidores como ellos.

El consumidor es el mismo pero tiene hoy, en la mayoría de los casos más información que la empresa ofertante. Estas navidades veíamos estudios en los que se decía que casi la mitad de los españoles consulta internet antes de realizar una compra. Pero una cosa es informarse y otra es comprar totalmente en internet.

España, el 15º país europeo en comercio electrónico, Mientras países como el Reino Unido y Dinamarca el porcentaje de usuarios que realizaron compras por Internet en los últimos tres meses rondaron el 50%, en España este porcentaje se reduce hasta el 13 por ciento. Por delante de nuestro país se encuentran Noruega (46%); Holanda (43%); Alemania (42%); Suecia (38%); Luxemburgo (36%) y Finlandia (33%).

2. Nos comentaría cómo cree que está influyendo el desarrollo de Internet y las TICs en el ámbito de la gestión empresarial actual.

España es líder en el uso de las redes sociales. En efecto, encabeza el ranking europeo en número de internautas que utiliza estos foros, y se sitúa en segundo lugar a nivel mundial, tras Brasil. Además, el ritmo de crecimiento de Internet en nuestro país está en torno a los 500.000 usuarios cada seis meses.

Estas son, sin duda, cifras muy positivas para las empresas que operan en el ámbito de la economía digital. Sin embargo, la penetración de Internet en los hogares todavía se reduce al 50,1%, y el coste del ancho de banda que ofrecen las operadoras de telecomunicaciones en nuestro país supera el precio medio de conexión en Europa.

El ministro de Industria, Turismo y Comercio , Miguel Sebastián, anunciaba recientemente que en 2011 el acceso a Internet de banda ancha de un mega de velocidad será un "servicio universal". Para aquellos que lo desconozcan la Unión Europea califica de servicio universal la prestación de un determinado conjunto mínimo de servicios a todos los usuarios finales a un precio asequible.

Hoy en día, más de 28.000 empresas basan su negocio, de forma directa o indirecta, en el campo de la sociedad de la información y generan más de 400.000 empleos. Estos datos ponen de manifiesto que lo que llamamos economía digital se ha convertido en una de las actividades con más peso específico en el mercado español y, lo que es más importante, uno de los sectores con mayor proyección de futuro y una posible vía de desarrollo que nos ayude a salir de una crisis en la que parece que nos hemos acomodado.

Tengamos en cuenta también, que la mitad de los españoles navegaremos en 2 años por internet a través de nuestros móviles y que en este caso, tendremos acceso a internet las 24h, ya que el móvil nos acompaña allí donde vayamos. Esto es una gran oportunidad para las empresas españolas si se preparan para que el acceso a sus webs sea adecuado a la pantalla del móvil. Por ello es absolutamente necesario que haya tarifas planas realmente económicas para ese acceso universal a internet a través del móvil.

3. Como indicamos en sus datos biográficos, usted es Presidenta de la Federación Española de la Economía Digital, ¿Nos comenta cuál es el ámbito de actuación de FECEMD y sus objetivos?

1. Acompañar y orientar a las empresas españolas en la revolución digital, a través de la formación, asesoría e información de todos aquellos aspectos que afectan a la Economía digital. Y ayudarles también a aprovechar internet como canal de venta.

2. Conseguir de las Administraciones públicas, tanto españolas, como europeas e internacionales, leyes favorables y herramientas para que las empresas españolas puedan aprovechar la revolución digital.

3. Ser el interlocutor ante instituciones públicas y privadas en todos los temas que afectan a la economía Digital.

Fomentar el Networking entre los Asociados, para beneficiarnos de la multisectorialidad de la Asociación y de los conocimientos de todos los asociados

4. ¿Nos haría un breve análisis de la economía digital en España?

España es líder en el uso de las redes sociales. En efecto, encabeza el ranking europeo en número de internautas que utiliza estos foros, y se sitúa en segundo lugar a nivel mundial, tras Brasil. Además, el ritmo de crecimiento de Internet en nuestro país está en torno a los 500.000 usuarios cada seis meses.

Estas son, sin duda, cifras muy positivas para las empresas que operan en el ámbito de la economía digital. Sin embargo, la penetración de Internet en los hogares todavía se reduce al 50,1%, y el coste del ancho de banda que ofrecen las operadoras de telecomunicaciones en nuestro país supera el precio medio de conexión en Europa.

El ministro de Industria, Turismo y Comercio , Miguel Sebastián, anunciaba recientemente que en 2011 el acceso a Internet de banda ancha de un mega de velocidad será un "servicio universal". Para aquellos que lo desconozcan la Unión Europea califica de servicio universal la prestación de un determinado conjunto mínimo de servicios a todos los usuarios finales a un precio asequible.

Hoy en día, más de 28.000 empresas basan su negocio, de forma directa o indirecta, en el campo de la sociedad de la información y generan más de 400.000 empleos. Estos datos ponen de manifiesto que lo que llamamos economía digital se ha convertido en una de las actividades con más peso específico en el mercado español y, lo que es más importante, uno de los sectores con mayor proyección de futuro y una posible vía de desarrollo que nos ayude a salir de una crisis en la que parece que nos hemos acomodado.

Tengamos en cuenta también, que la mitad de los españoles navegaremos en 2 años por internet a través de nuestros móviles y que en este caso, tendremos acceso a internet las 24h, ya que el móvil nos acompaña allí donde vayamos. Esto es una gran oportunidad para las empresas españolas si se preparan para que el acceso a sus webs sea adecuado a la pantalla del móvil. Por ello es absolutamente necesario que haya tarifas planas realmente económicas para ese acceso universal a internet a través del móvil.

5. Si tomamos en cuenta datos de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) respecto al desarrollo de Internet y del comercio electrónico en España, según variables como el número de servidores conectados a Internet y el número de servidores seguros, la posición relativa respecto a otros países resulta deficitaria. Parecería que España se sitúe en el grupo de países donde el coste de acceso a Internet frena su desarrollo. ¿Cree que hay, además de éste, otros factores por el cual en España aún no se han alcanzado los niveles del resto de países europeos?

Hay muchas barreras, enumero unas cuantas:

- Falta de grandes players involucrados "de verdad", si Amazon hubiera entrado en nuestro mercado, creo que todo, sería un poco diferente.

El Corte Inglés sí ha apostado por ello, ahora parece que Zara también lo hará..

- Falta de capacidad emprendedora de los españoles, hay poca oferta de tiendas buenas de comercio electrónico en España.

- Falta de apoyo político, sólo por destacar el coste de acceso de Telefónica en España y de O2 en Uk, sin comentarios siendo la misma compañía. En Uk el coste de acceso es de un tercio comparado con el español.

-Legislación más restrictiva que en Europa sobre todo en materia de Protección de datos. Y más trabas a la hora de crear una empresa.

Pero por otro lado, parece que hay signos que indican que se está desarrollando en los últimos años como por ejemplo que las ventas de los outlets online continúan creciendo exponencialmente y las webs cada vez mejores: buyvip, privalia, etc..

¿Qué hacemos desde la Federación para impulsarlo?

Inculcar a los consumidores españoles que la compra online tiene muchas más ventajas que desventajas para el consumidor y que la mayoría de los players son empresas serias. Hemos creado el sello de confianza online para que lo tengan los comercios serios de los que se puede fiar el consumidor.

También presionar a la administración para que el servicio universal de internet llegue a todos los hogares españoles cuanto antes.

6. Nos puede decir cómo cree usted que la Economía Digital influye e influirá sobre la Gerencia contemporánea y la del futuro?

Los Directivos que no se preparen y que no fijen sus estrategias teniendo en cuenta la Economía Digital y las consecuencias que ese cambio está provocando en sus empresas, llevarán a sus empresas a la desaparición.